Sharon Batt – Position zu Sponsoring und Pharmaindustrie

bcaction.de/sharon-batt-position-zum-sponsoring-von-patientinnenarbeit-durch-die-pharmaindustrie

22. Januar 2005

(Last Updated On: 25. Januar 2015)
Inhalt [Anzeigen]

- 1 Interessenkonflikte und Selbsthilfe
- 2 Brustkrebs-Selbsthilfe und „Pharma-Partnerschaft“
- 3 Gesundheitspolitik und Medikamente
- 4 Zur Politik der Pharmakonzerne
- 5 Begegnung „auf Augenhöhe“ oder Abgrenzung
- 6 Unterwanderung, feindliche Übernahme und „Astroturf“
- 7 Wie funktioniert PR oder Schulung in Sachen Werbung
- 8 Selbsthilfe und Medikamentenwerbung
- 9 Verbesserungen für Patientinnenrechte werden nicht gesponsert

Interessenkonflikte und Selbsthilfe

In dem älteren Artikel Breast Cancer Advocates and Pharmaceutical Industry hat Sharon Batt ihre eigenen Erfahrungen und Einschätzung zur Interessenvertretung von Frauen mit Brustkrebs und Pharmasponsoring dargelegt. Sie schreibt, dass sie ihre eigene Diagnose 1989 erhielt. Bereits kurze Zeit später sei ihr klar geworden, dass Leitlinien, die von den medizinischen Experten gemacht werden, von Interessenkonflikten nicht unberührt sind. Und sie dachte, dass die Interessenvertretungen betroffener Frauen der beste Weg seien, um dies zu ändern und so demokratisch ihren Einfluss geltend zu machen. Allerdings stellte sich dann heraus, dass dieser Ansatz zu naiv war: Auch die Patientinnenorganisationen hatten bereits Interessenkonflikte und ihre Arbeit wurde davon bestimmt. Seitdem ist dieses Thema für Batt ein Forschungsfeld besonderen Interesses. Das Sponsoring durch die Pharmaindustrie steht im Zentrum dieses Problemfeldes.

Brustkrebs-Selbsthilfe und „Pharma-Partnerschaft“

Batt stellt fest, dass solche Gruppen, wenn sie Interessen am Gemeinwohl orientiert vertreten wollen, verstehen müssen, wie die Pharmaindustrie arbeitet: Sie umwerbe die Brustkrebs-Selbsthilfe. Es sei schwierig, Geld für diese Arbeit zu beschaffen, und so wäre die Aussicht auf dieses Sponsoring zunächst verlockend.

Nachfolgend arbeitet Batt heraus, warum es wichtig ist, solchen Formen des Sponsorings zu widerstehen. Sie hat dazu „Partnerschaften“ und den oftmals versteckten Einfluss der Industrie auf Gesundheitsorganisationen wissenschaftlich untersucht und speziell die Schattenseiten unter die Lupe genommen. Diese Arbeit verknüpft sie stets mit der Hoffnung, dass künftig mehr Gruppen Unabhängigkeit von diesen Industrien für sich wählen, wenn sie verstehen, worum es geht.

Gesundheitspolitik und Medikamente

Medikamente sind Produkte, die nicht einfach frei gehandelt werden können, sondern es besteht ein Rahmen von strengen gesetzlichen Regelungen, die im Interesse der Sicherheit eingehalten werden müssen. Wenn sie einmal zugelassen sind, wird festgelegt, wer ein Medikament erhalten

darf. Auch die Festlegung von Medikamentenpreisen ist gesetzlich geregelt. Die Werbung für Medikamente, und zwar speziell diejenige für verschreibungspflichtige Medikamente, ist streng gesetzlich geregelt. Bisher dürfen verschreibungspflichtige Medikamente aus wichtigen Gründen bei uns, wie auch in Kanada, nicht bei den „EndverbraucherInnen“ beworben werden. Ein Grund dafür sind die schweren Nebenwirkungen, die Medikamente haben können.

Zur Politik der Pharmakonzerne

Die aktuelle Politik der Pharmakonzerne ist darauf ausgerichtet, gesetzliche Regulierungen aufzuweichen und die eigenen Produkte schneller in den Markt zu drücken, sowie die Preise nach oben zu treiben und mehr zu verkaufen. Dazu suchen sie Verbündete, z.B. um neue Produkte unter Umgehung des Werbeverbots im Heilmittelwerbegesetz zu bewerben oder um das eigene Image zu verbessern, Grund genug, warum Patientenorganisationen als „Partner“ der Konzerne gern gesehen sind.

Begegnung „auf Augenhöhe“ oder Abgrenzung

Partnerschaft lässt die Begegnung auf Augenhöhe vermuten, als verhandele man auf einer Basis von Gleichheit. Es sei für Selbsthilfegruppen jedoch schlicht absurd, bei einer der mächtigsten Industrien weltweit von einer solchen Gleichheit bzw. „Partnerschaft“ auszugehen. Dennoch sind Pharmapartnerschaften bei vielen Krebsselbsthilfegruppen Gang und Gäbe. Bis vor wenigen Jahren hat auch die große deutsche Organisation Frauenselbsthilfe nach Krebs wie selbstverständlich solche Partnerschaften gepflegt, z.B. durch die Wiedergabe von Werbung in den eigenen Medien und durch die Annahme von Spenden. Erst in den letzten Jahren ist die Organisation für das Thema sensibel geworden und hat sich von dieser Praxis mehr oder weniger verabschiedet, grenzt sich inzwischen sogar deutlich ab. Es gibt allerdings auch in Deutschland nach wie vor viele andere Gruppen, die weiterhin eng mit der Industrie zusammenarbeiten und sich von der Industrie finanzieren lassen. Besonders Veranstaltungen werden oft von der Industrie gesponsert.

Unterwanderung, feindliche Übernahme und „Astroturf“

Eine besondere Strategie der Pharmaindustrie ist die „Astroturf-Gruppe“. Übersetzt heißt Astroturf „Kunstrasen“, Gruppen, die gegründet oder mitgegründet werden, um Konzerninteressen zu transportieren, versehen mit einem Deckmäntelchen der „Selbsthilfe“. Selbsthilfegruppen, die dabei mitmachen, sind entweder uninformiert oder sie werden auch getäuscht bzw. unter falschen Voraussetzungen gegründet.

Auch hierfür gibt es im Brustkrebsumfeld verschiedene Beispiele, die wir hierzulande gesehen haben. So versuchte etwa ein Pharmakonzern mit der „Koalition Brustkrebs“ Anfang des Jahrtausends in Deutschland, gleich Selbsthilfegruppen aus dem gesamten Land zu bündeln und durch Sponsoring und „Partnerschaft“ an sich zu binden. Auch die Europäische Koalition gegen Brustkrebs, Europa Donna, wird von der Pharmaindustrie finanziert und bündelt Patientinnengruppen aus ganz Europa und darüber hinaus. In Deutschland wurde die Gruppe vor diesem Hintergrund allerdings aufgelöst, s. Europa Donna – Pharmaspenden überschatten Erfolge.

Wie funktioniert PR oder Schulung in Sachen Werbung

Nach Sharon Batts Auffassung ist man um so besser gewappnet, je mehr Fachwissen vorhanden ist, wenn Pharmakonzerne großzügig mit dem Scheck wedelnd vor der Tür stehen. Als Einstiegslektüre empfiehlt sie ein wenig Fortbildung in Sachen PR mit dem Klassiker „Toxic Sludge

Is Good For You“ (deutschsprachige Ausgabe: Giftmüll macht schlank, erschienen bei orange press 2005 (ISBN 978-3-936086-28-7), ein Handbuch, das sich intensiv mit den Werbestrategien von Konzernen befasst, und ergänzend dazu „Trust us, We’re Experts“. Mit der Lektüre wächst das Wissen über perfide Strategien der Werbeindustrie, die gnadenlos auf dem Prüfstand steht. Selbsthilfegruppen sind immer im Blickfeld und Teil der PR-Strategien der großen Pharmakonzerne.

Selbsthilfe und Medikamentenwerbung

Es liegt im Interesse der Pharmakonzerne, ihre Medikamente direkt bei PatientInnen zu bewerben, doch gesetzliche Regelungen schieben dem einen Riegel vor. So werden häufig Umwege genutzt. Beliebt sind besonders Patientinneninformationsverstaltungen – wir kennen solche Veranstaltungen zur Genüge auch in Deutschland -, in denen Ärzte Brustkrebsmedikamente ins „rechte Licht“ stellen, sei es in der Diskussion oder in Vorträgen, und so dafür sorgen, dass die „News“ aus der Forschung so schnell wie möglich bei Patientinnen bekannt werden. (Unser Tipp: Gesponserte Veranstaltungen unbedingt meiden! Unabhängige Ärztinnen suchen …)

Verbesserungen für Patientinnenrechte werden nicht gesponsert

Zusammenfassend stellt Sharon Batt fest, dass Selbsthilfegruppen durch Pharmasponsoring schlicht ein „Einfallstor“ für die Industrie bieten, die so umgelenkt werden auf eine interessengeleitete Ebene, auf der Gemeinwohlorientierung nicht länger erste Priorität hat. Es leuchtet ein, dass Industrieorientierung nicht gleichzeitig Gemeinwohlorientierung sein kann. Sobald Patientinnengruppen Industriegelder erhalten, ist ihre Unabhängigkeit in Frage gestellt. Dieses ist ein Trend, der nach Sharon Batt nicht im besten Interesse unserer Gesundheit und auch nicht im besten Interesse unserer Gesellschaft ist. Sie fordert einen Wechsel. Dafür sei Interessenvertretung notwendig. Soziale Verbesserungen werden durch harte Arbeit erreicht, die leider niemand für uns bezahlt.

Weiterlesen

Breast Cancer Advocates and Pharmaceutical Industry Funds von Sharon Batt bei Breast Cancer Action Montreal

Mehr über Sharon Batt bei uns

Ein anderes Rezept von Anne Rochon Ford